

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis jasa merias wajah semakin meningkat keberadaanya, hal ini dikarenakan banyak masyarakat yang mencari perias untuk kebutuhan hari spesialnya. Sebagai pembeda seorang perias harus memperkenalkan ciri khas bisnisnya dengan cara promosi agar lebih dikenal oleh *public*.

Promosi merupakan salah satu hal yang sangat penting dalam menjalankan bisnis jasa merias wajah untuk memberikan informasi mengenai produk atau jasa merias wajah dengan tujuan memperkenalkan nama *branding* dan kualitas jasa merias wajah di masyarakat agar dapat menarik perhatian konsumen, sehingga dapat meningkatkan peminatan konsumen dalam penggunaan jasa merias wajah tersebut. Meskipun mempromosikan jasa merias wajah sangat diutamakan, namun tidak banyak perias yang mengerti mengenai strategi promosi ini.

Menurut buku "*strategi pemasaran konsep, teori dan implementasi (2022)*" strategi promosi merupakan upaya memasarkan suatu produk, baik itu barang atau jasa, dengan menggunakan pola rencana dan taktik tertentu sehingga jumlah penjualan menjadi lebih tinggi. Ditunjang kemajuan teknologi saat ini pelanggan sudah tidak lagi mencari perias yang berada didekat rumah dan tentunya masih belum diketahui kualitas hasil riasanya. Saat ini pelanggan mencari perias melalui media sosial untuk melihat portofolio atau hasil riasan dari perias tersebut. (Casaló, Flavián, and Ibáñez Sánchez 2020).

Media sosial merupakan strategi promosi masa kini dengan sekitar 49 persen atau 130 juta dari populasi di Indonesia sebanyak 254,6 juta orang merupakan pengguna aktif di media sosial (Lufthi Anggraeni, 2018). Tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan saja, namun di media sosial memiliki peluang yang cukup besar untuk digunakan sebagai kegiatan promosi bisnis jasa merias wajah karena akan mendapatkan pasar yang lebih luas.

Berdasarkan informasi dari wartakota, Indonesia merupakan pengguna *Instagram* terbesar di asia pasifik yang mencapai 45 juta orang dari total pengguna secara keseluruhan yang berjumlah 700 juta orang. *Instagram* merupakan media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk berekspresi dan keberadaanya terus meningkat. Menurut salah satu lembaga survey, masyarakat Indonesia mampu mengakses *instragam* 5 -10 kali hingga lebih dalam satu hari. Dan dalam waktu ini dapat digunakan untuk *scrolling instragram* sebesar 72 persen, kemudian hal menarik lainnya 75 persen masyarakat mengatakan bahwa Instagram dapat digunakan sebagai sarana mencari vendor. *Instragram* tidak hanya berbasis foto, video dan cerita pendek saja, namun Instagram juga memiliki berbagai fitur seperti testimoni, potongan harga, give away, caption feed sehingga dapat dengan mudah untuk memperkenalkan jasa merias wajah pada publik dan membuat para pelaku bisnis menjadi lebih percaya sebagai *platform* untuk promosi.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis melakukan penelitian tentang “Pengaruh Strategi Promosi Jasa Merias Wajah di Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Konsumen dalam Penggunaan Jasa Merias Wajah” yang memiliki tujuan untuk mengetahui strategi promosi masa kini di Media sosial *Instagram* untuk memperkenalkan bisnis jasa merias wajah sehingga dapat menarik minat konsumen dalam penggunaan jasa merias wajah.

1.2 Batasan Masalah

Dari identifikasi masalah di atas peneliti membatasi penelitian sebagai berikut:

1. Strategi promosi online yang dilakukan pada media sosial *Instagram*
2. Jasa merias wajah wisuda
3. Riasan natural
4. Usia :
 - Remaja (12-25 tahun)
 - Dewasa (26-45 tahun)

1.3 Rumusan Masalah

1. Strategi promosi apakah yang digunakan perias dalam bisnis merias wajah wisuda di media sosial *instagram* ?
2. Adakah pengaruh promosi melalui media sosial di *Instagram* dalam keputusan konsumen ?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran umum strategi promosi yang digunakan perias dalam bisnis merias wajah wisuda di media sosial *Instagram*.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi melalui media sosial *instagram* terhadap keputusan konsumen terhadap penggunaan jasa merias wajah wisuda.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian tersebut yaitu sebagai berikut :

1. Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai strategi promosi di media sosial *Instagram*.
2. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Lembaga Universitas PGRI Adibuana sebagai bahan pengembangan wawasan mengenai pengaruh strategi promosi dalam merias wajah.

